

**LAPORAN HASIL
PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT**



**JUDUL PKM:
PENYULUHAN KEGIATAN MARKETING DALAM MENDUKUNG MINAT
BERWIRAUSAHA DI DESA KEBONSARI**

TIM PENGUSUL

Ketua	: NOER RAFIKAH ZULYANTI, S SOS,.M.A
NIDN	: 0716097801
Anggota	: SURYANI YULI ASTUTI,S E,.M M
NIDN	: 0709077601
Anggota	: FEBY AYU PUTRI
NIM	: 1901020020
Anggota	: FATMA WIDYATI
NIM	: 1901020019

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LAMONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

2021

HALAMAN PENGESAHAN
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Judul : Penyuluhan Kegiatan Marketing dalam Mendukung Minat Berwirausaha Di Desa Kebonsari Kecamatan Sukodadi Lamongan

Nama Mitra Program : Penyuluhan/Marketing dalam berwirausaha

Ketua Tim PKM :
Nama Lengkap : Noer Rafikah Zulyanti, S Sos.,M.A
NIDN : 0716097801
Jabatan/Golongan : Asisten Ahli
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Kewirausahaan
Bidang keahlian : Kewirausahaan
Email : rafikahalie@gmail.com

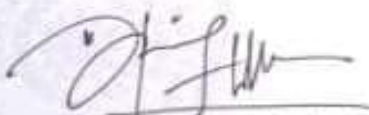
Anggota TIM :
Nama Anggota/Prodi : Suryani Yuli Astuti SE., M.M
Nama Anggota/Prodi : Feby Ayu Putri
Nama Anggota/Prodi : Fatma Widyati

Lokasi Kegiatan/Mitra :
Wilayah (Desa/Kecamatan) : Desa Kebonsari Kecamatan Sukodadi
Kabupaten/Kota : Lamongan
Provinsi : Jawa Timur
Jarak PT ke Lokasi Mitra (km) : 8,9 km

Biaya Total :
1. Internal UM Lamongan : Rp 1.850.000,-
2. Sumber Lain :

Lamongan, 15 September 2021

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Hendrix Irawan, SE., MM

Ketua Peneliti



Dr Noer Rafikah Zulyanti, S Sos.,M.M

Ketua LPPM UMLA



Abdul Rokhman, S.Kep., Ns., M.Kep
NIDN. 0720108801

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Program Kemitraan Masyarakat: PENYULUHAN KEGIATAN MARKETING DALAM MENDUKUNG MINAT BERWIRAUSAHA DI DESA KEBONSARI KECAMATAN SUKODADI KABUPATEN LAMONGAN

2. Tim Pelaksana

No	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Instansi Asal	Alokasi Waktu (jam/minggu)
1.	DR NOER RAFIKAH	Ketua	Kewirausah	UMLA	2
2.	SURYANI YULI ASTUTI,	Anggota	Akuntansi	UMLA	1
3.	FEBY AYU PUTRI	Anggota	Akuntansi	UMLA	1
4.	FATMA WIDYATI	Anggota	Akuntansi	UMLA	1

3. Objek (khalayak sasaran) Program Kemitraan Masyarakat: pengelola wirausaha

4. Masa Pelaksanaan

Mulai : Bulan: September Tahun: 2021

Berakhir : Bulan: November Tahun: 2021

5. Usulan Biaya UM Lamongan : Rp 1.850.000,-
6. Lokasi Program Kemitraan Masyarakat : Desa Kebonsari Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan.
7. Mitra yang terlibat (uraikan apa kontribusinya): Pengelola usaha di Desa Kebonsari sebagai patner/mitra Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMLA
8. Permasalahan yang ditemukan dan solusi yang ditawarkan:
 Pengetahuan dibidang marketing dalam usaha bisnis yang sangat minim, ketidaktahuan tentang pemahaman peran pentingnya sebuah sistem marketing dalam sebuah usaha. Kurangnya pengetahuan terkait marketing suatu usaha dapat berdampak sulit pada perkembangan sebuah usaha tersebut. Oleh karena itu penting para wirausaha memahami dan memiliki pengetahuan sistem marketing dalam usaha. Solusi yang ditawarkan yaitu memberikan sosialisasi kepada para wirausaha terkait pengetahuan tentang marketing yang baik.
9. Kontribusi mendasar pada khalayak sasaran (uraikan tidak lebih dari 50kata, tekan kan pada manfaat yang diperoleh)
 Meningkatnya pemahaman para wirausaha mengenai pentingnya marketing dalam sebuah usaha dan meningkatkan pengetahuan tentang tata cara marketing yang baik. Sehingga nantinya akan membuat usaha tersebut terus berkembang dan maju menyesuaikan eranya. Selain itu marketing akan menjadi daya tarik konsumen jika melihat dari luarnya.
10. Rencan aluaran berupa jasa,sistem,produk/barang, paten,atau luaran lainnya yang ditargetkan
 Laporan Akhir dan Publikasi jurnal pengabmas

DAFTAR ISI

Halaman sampul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Identitas dan Uraian Umum.....	iii
Daftar Isi	iv
Daftar table.....	v
Daftar gamabar.....	vi
Prakata.....	vii
Ringkasan.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
BAB 2 TARGET DAN LUARAN	2
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	3
BAB 4 KELAYAKAN PROGRAM	5
BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	6
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	8
DAFTAR PUSTAKA	9
LAMPIRAN 1 IDENTITAS KETUA DAN ANGGOTA.....	10
LAMPIRAN 2 GAMBAR METODE PELAKSANAAN	13
LAMPIRAN 3. PETA LOKASI.....	14
LAMPIRAN 5 JUSTIFIKASI ANGGARAN	15
LAMPIRAN 6. DAFTAR HADIR PESERTA.....	16
LAMPIRAN 7. DOKUMENTASI	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Peserta	v
-------------------------------	---

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Metode Pelaksanaan.....	vi
-----------------------------------	----

PRAKATA

Segala puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada kami Tim PKM Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Lamongan untuk melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) sebagai salah satu penerapan dari Tridharma Perguruan Tinggi. PKM yang dilaksanakan berjudul Penyuluhan kegiatan marketing dalam mendukung minat berwirausaha di desa Kebonsari Kecamatan Sukodadi Kabupaten Lamongan. Kegiatan PKM tersebut dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah kami menyampaikan terima kasih kepada:

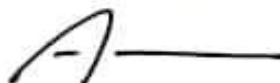
1. Rektor Universitas Muhammadiyah Lamongan
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan
3. Lembaga Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Lamongan
4. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini masih belum mencapai target ideal karena keterbatasan waktu dan dana yang tersedia. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, menurut kami perlu kiranya dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat di lain waktu sebagai kelanjutan kegiatan tersebut. Namun demikian, besar harapan kami semoga PKM ini dapat memberikan manfaat. Amien.

Lamongan, 15 september 2021

Tim Program Kemitraan Masyarakat

Ketua



NOER RAFIKAH ZULYANTI, S.Sos.MM
NIDN 0716097801

RINGKASAN

Sampai saat ini banyak masyarakat yang kurang mengerti akan marketing. mereka hanya mampu mendirikan sebuah usaha tetapi tidak mampu untuk mengembangkan serta memajukan. Bahkan banyak usaha yang belum mampu memanfaatkan sistem marketing yang baik pada usahanya. Pendirian dan pengelolaan sebuah usaha memang tidak mudah, kalau tidak ditangani oleh orang-orang yang berpengalaman dan menguasai ilmu bisnis. Maka dari itu pengetahuan tentang pengetahuan akan sebuah marketing dalam berwirausaha. Karena yang menjadi hal terpenting tidak hanya mendirikan, tetapi bagaimana sebuah usaha tersebut bisa berkembang dan mampu mengikuti eranya. Selain itu, bagaimana sebuah produk itu menjadi sorotan para konsumen.

Berdasarkan permasalahan diatas, tujuan yang ingin dicapai adalah menyosialisasikan tentang pentingnya marketing, yang dimana melibatkan strategis perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan segala kegiatan yang bertujuan untuk mempromosikan, menjual, dan mendistribusikan produk atau jasa kepada konsumen.

Metode yang akan digunakan yaitu mengidentifikasi masalah, melakukan sosialisasi, melakukan pelatihan, melakukan pendampingan serta mengawasi penerapan marketing yang baik.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Kemajuan akan perkembangan teknologi yang terjadi saat ini dimasyarakat adalah suatu proses yang tidak dapat kita dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi yang terjadi berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan nilai manfaat yang positif dan memberikan banyak kemudahan bagi para pengguna, serta sebagai cara baru atau sebuah aplikasi berbasis teknologi dalam melakukan aktifitas didalam kehidupan manusia. Manfaat teknologi berbasis internet semakin sangat terasa bagi para pengguna yang tidak bisa lepas dari dunia internet, seperti misalnya para pengguna yang memanfaatkan aplikasi internet ini sebagai sarana dan prasarana kegiatan di media sosial misalnya pemberi informasi perjalanan, marketplaces, blogger dan juga toko online sangat berpengaruh dan tergantung pada internet khususnya pada masa pademi covid-19.

Berdasarkan total populasi Indonesia yang berjumlah 274,9 juta jiwa, maka itu artinya 73,7% penduduk Indonesia telah merasakan akses dunia maya. Dalam hal ini informasi melalui media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan dan dijalankan. Sebelum sebuah usaha memiliki akun di media sosial, tidak jarang kita dapat melakukan transaksi pembelian barang secara offline dimana pembeli datang langsung ke toko, kehadiran dunia digital ini dapat membantu dan merubah cara bertransaksi masyarakat untuk menggunakan aplikasi digital marketing melalui sosial media. Hal ini dapat menjadi stimulan perkembangan kewirausahaan dan keberlangsungan UMKM. Selain biaya yang murah dan tidak perlunya keahlian khusus dalam memulai kegiatan untuk menjaring calon konsumen. (Febriyantoro & Arisandi, 2018) Salah satu kekuatan ekonomi yang selama ini menjadi penunjang ekonomi Negara Indonesia dan kekuatan ekonomi daerah adalah kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM). Pada saat ekonomi dunia dan perekonomian Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun tidak terkena dampak negatif resesi ekonomi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara, selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil

1.2 Permasalahan

Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan yang dihadapi oleh wirausaha dalam memanfaatkan marketing yang baik:

1. Pengetahuan dibidang marketing yang sangat minim
2. Ketidaktahuan tentang peran pentingnya marketing dalam mengembangkan usaha
3. Ketidaktahuan pentingnya marketing sebagai dasar strategi penyaluran produk (pemasaran)
4. Kurangnya pemahaman mitra dalam menyusun rencana strategi marketing dalam pengembangan usaha

BAB II

TARGET DAN LUARAN

2.1 Target

Pengadaan penyuluhan merupakan solusi terbaik dalam mendukung berwirausaha dalam bidang marketing. Kurang mampunya dan ketidaktahuan masyarakat desa kebonsari kecamatan sukodadi Kabupaten Lamongan dalam bidang marketing menyebabkan kurang maksimalnya mitra dalam mengelola usaha tersebut sehingga tujuan yang ingin dicapai masih belum bisa dicapai secara maksimal. Hal tersebut karena kurang mumpuninya SDM mitra dalam menguasai kegiatan marketing agar tercapainya perkembangan usaha dapat dicapai sehingga terciptanya minat berwirausaha meningkat di desa kebonsari kecamatan sukodadi kabupaten lamongan.

Berdasarkan hal tersebut, target yang ingin dicapai dalam PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya memahami strategi marketing.
2. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya marketing dalam mengembangkan usahanya
3. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya marketing sebagai strategis yang penting dalam mengembangkan sebuah usahanya.
4. Memberikan pelatihan penyusunan rencana strategi marketing.

2.2 Luaran

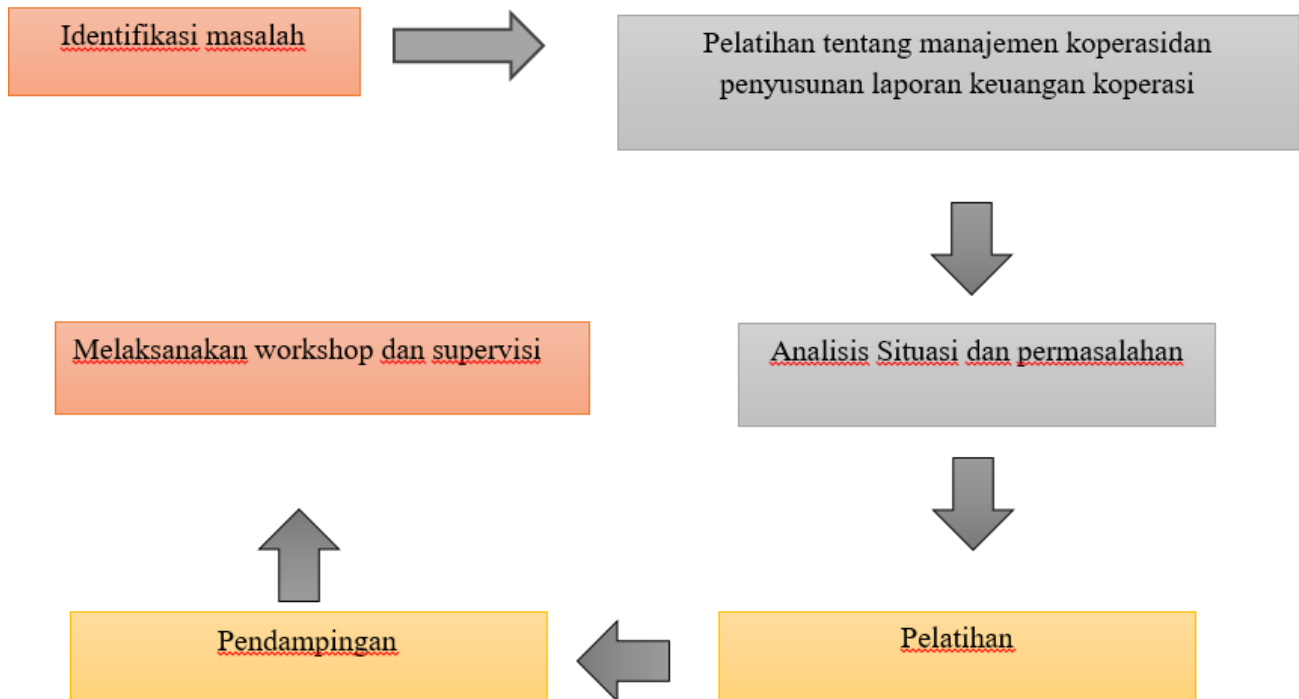
Berikut merupakan luaran yang akan dicapai pada kegiatan ini, antara lain sebagai berikut:

1. Meningkatnya pemahaman para wirausaha mengenai penerapan marketing dalam sebuah usaha
2. Meningkatnya pemahaman para wirausaha mengenai pentingnya marketing dalam mengembangkan usaha sehingga dapat memotivasi mitra agar lebih aktif dalam mengembangkan usahanya yang pada akhirnya dapat menyebabkan meningkatnya perekonomian.
3. Meningkatnya pemahaman para wirausaha mengenai pentingnya marketing sebagai strategi yang penting dalam menjalankan sebuah usahanya.
4. Rencana strategis marketing dapat meningkatkan bakat berwirausaha.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

Tahap tahap pelaksanaan



Pada kegiatan ini metode yang digunakan untuk menyampaikan informasi ialah metode sosialisasi dalam bentuk edukasi penyuluhan. Kegiatan sosialisasi tidak saja terbatas pada memberikan penjelasan, namun juga menjelaskan segala informasi yang ingin disampaikan kepada kelompok atau sasaran yang akan menerima informasi, sehingga mereka benar-benar memahaminya. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah dengan memberikan ceramah pada sesi pertama, lalu sesi kedua yaitu diskusi dengan tanya jawab, kemudian sesi terakhir adalah evaluasi. Sosialisasi yang dilakukan tidak hanya bersifat satu arah melainkan diupayakan berlangsungnya komunikasi yang berupa timbal balik sehingga pemateri juga dapat memahami aspirasi masyarakat, manakala mereka menolak atau belum siap menerima informasi yang diberikan. Hal ini penting agar sosialisasi yang dilakukan tidak bersifat “terpaksa” melainkan tetap terjalin hubungan yang harmonis antara pemateri dengan masyarakat.

Sosialisasi sebagai proses belajar diartikan bahwa penyebaran informasi dan penjelasan yang diberikan dapat merangsang terjadinya proses perubahan perilaku dan pola pikir yang dilakukan melalui proses pendidikan atau kegiatan belajar. Artinya, perubahan yang terjadi dilakukan oleh sasaran tersebut berlangsung melalui proses belajar. Hal ini penting untuk dipahami, karena perubahan perilaku dapat dilakukan melalui beragam cara, seperti: pembujukan, pemberian insentif/hadiah, atau

bahkan melalui kegiatan-kegiatan pemaksaan (baik melalui penciptaan kondisi lingkungan fisik maupun sosial-ekonomi, maupun pemaksaan melalui aturan dan ancaman-ancaman).

Pelaksanaan kegiatan program kemitraan masyarakat telah dilaksanakan oleh tim pelaksana yang terdiri dari empat orang yaitu ketua dan anggota tim pengusul dari dua dosen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah lamongan dan melibatkan 2 orang mahasiswa. Kualifikasi tim pelaksana kegiatan program kemitraan masyarakat ini adalah sebagai berikut: Memiliki pengalaman dan kecakapan serta mempunyai kemampuan dalam bidang sosialisasi dan pengabdian pada masyarakat, Memiliki kemampuan manajerial dalam pengendalian kerja tim fasilitator dengan melakukan koordinasi, pengawasan serta pemantauan terhadap tim, dan dapat mengoperasikan dan bekerja dengan komputer untuk membuat pelaporan kegiatan-kegiatan lainnya. Untuk dapat membantu penyelesaian permasalahan mitra dalam kegiatan ini, maka diperlukan kemampuan yang berkaitan dengan pemanfaatan marketing. Pelaksanaan supporting melalui pendampingan PKM ini tentunya harus didukung kelayakan perguruan tinggi, berupa kualifikasi tim pelaksana, relevansi skill tim, sinergisme tim dan pengalaman kemasyarakatan. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan kegiatan ini, dosen yang terlibat di dalamnya (pelaksana) memiliki kompetensi yang relevan.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Program pengabdian masyarakat ini berkerja sama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Lamongan untuk melakukan penyuluhan kegiatan marketing dalam mendukung minat berwirausaha akan diberikan pemahaman terkait pentingnya marketing dalam mengoptimalkan pendapatan. Praktik marketing yang baik diharapkan dapat meningkatkan penghasilan dan taraf hidup wirausaha.

Setelah pelatihan dilakukan tim akan selalu mendampingi para wirausaha, Karena tim menyadari bahwa implementasi marketing yang baik tidak mudah, sehingga pengabdian ini tidak berhenti hanya sampai pelatihan saja. Pendampingan yang berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan bahwa para wirausaha telah mempratekan sistem marketing dengan baik dan sesuai dengan panduan yang diberikan saat penyuluhan.

BAB 5

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil

Kegiatan pelatihan diadakan pada tanggal 20 september 2021 dan diikuti oleh Ibu-ibu pelaku UMKM keripik ciping yang ada di desa kebonsari. Kegiatan pengabdian ini bertujuan agar mitra mampu memahami konsep penjualan produk yang meliputi desain kemasan dan sistem pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital marketing, sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai jual yang tinggi dan market pasar yang lebih luas. Tahapan kegiatan yang diberikan mulai dari pemberian materi/sosialisasi tentang literasi digital marketing dan pendampingan pembuatan akun marketplace seperti: Shopee, Facebook, Lazada dll. Serta perbaikan desain kemasan dan sistem pemasaran Kemasan produk keripik ciping identik dengan kemasan sederhana sehingga perlu dilakukan sedikit perubahan agar menjadi lebih menarik. Produk keripik ciping tidak dapat hanya mengandalkan kualitas produk saja, tetapi kualitas kemasan juga perlu diperhatikan untuk mampu menarik perhatian konsumen sehingga produk yang ditawarkan akan lebih laku terjual dari sebelumnya, dan pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan. Perbaikan desain kemasan perlu dilakukan untuk membangun citra produk keripik ciping agar mampu tumbuh sejajar dengan produk industri lainnya yang sudah besar dan sudah berada lama dipasaran. Selain itu, produk dengan desain kemasan yang menarik memiliki nilai tawar yang tinggi dan dapat dengan mudah memasuki pasar modern.

Kemasan adalah bagian pertama produk yang dihadapi pembeli dan mampu menarik atau menyingkirkan pembeli. Berdasarkan pengertian tersebut pemateri memberikan tips dalam mendesain kemasan agar terlihat lebih menarik: (1) ciptakan nama merk yang unik dan berbeda, sehingga menjadi ciri khas dari produk tersebut dan selalu diingat oleh konsumen; (2) buat tagline produk yang dapat langsung dikenali oleh konsumen, singkat dan mudah diingat, serta memperhatikan segmen pasar sehingga dapat menjadi top of mind di benak konsumen; (3) tentukan warna dominan yang akan digunakan, pelajari psikologi warna berkaitan dengan selera konsumen, ada baiknya dilakukan survei terlebih dahulu; (4) buatlah konsep kemasan yang tidak biasa, dengan memperhatikan aspek kemudahan bagi konsumen dalam membawa dan membuka kemasan; (5) labelkan tanggal kadaluarsa, izin usaha dari Dinas Perindustrian dan Dinas Kesehatan, serta cantumkan label halal produk dari MUI; (6) cantumkan daftar bahan yang digunakan dalam produk tersebut, dan menguraikan tentang bagaimana cara mengkonsumsinya; (7) sertakan nomor untuk konsumen memberikan kritik dan saran demi perbaikan produk.

Selama proses pendampingan dilaksanakan terdapat perubahan desain kemasan pada keripik ciping, yaitu menggunakan standing pouch atau plastik klip berdiri transparan. Namun nilai/harga produk menjadi bertambah secara ekonomi karena kemasan yang berubah dan desainnya yang lebih menarik dari sebelumnya. Dengan kata lain, produk dengan kemasan yang berbeda/lebih terlihat menarik akan menciptakan harga dan segmen pasar yang berbeda pula. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha harus terus melakukan pengembangan dalam manajemen usaha, baik itu inovasi produk, kemasan maupun sistem pemasaran. Kegiatan pengabdian ini mendapatkan respon yang sangat baik dari pelaku UMKM, hal ini terlihat dari antusias peserta dalam diskusi dua arah dengan para pemateri yang berjalan lancar dan hangat. Peserta mengatakan kegiatan ini sangat membantu mereka dalam membuat kemasan yang bagus dan komersil, menambah pengetahuan tentang media platform google bisnisku, memilih strategi promosi yang efektif dan proses memasarkan produk yang lebih mudah sehingga meningkatkan ketertarikan calon pembeli dan para pelaku UMKM Keripik Gampong Karang Anyar dapat memiliki pangsa pasar yang lebih luas dari sebelumnya sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan ekspansi Usaha.

5.2 Luaran Yang Dicapai

1. Hasil pengabdian dan pendampingan nantinya akan dibuat sistem pengelolaan organisasi bisnis yang relevan dengan kebutuhan wirausaha. Dengan adanya sistem tersebut akan memberikan kemudahan kepada wirausaha dalam mengembangkan usahanya, Karena melihat pentingnya peran dan fungsi marketing suatu unit usaha yang dapat menentukan kemajuan dan keberlanjutan suatu bisnis.
2. Hasil dari pengamas ini akan di publikasikan pada Jurnal Pengabdian Masyarakat
3. Hasil pengabdian hendaknya dapat menjadi suplemen pengayaan bahan ajar dan dapat menjadi arsip bagi Universitas Muhammadiyah Lamongan.

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Pelaksanaan PKM melalui penyuluhan telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan dan berjalan dengan baik yang mencakup beberapa komponen, yaitu: keberhasilan target jumlah peserta pelatihan, ketercapaian tujuan pelatihan, ketercapaian target materi yang telah direncanakan, kemampuan peserta dalam praktek dan materi yang dipahami oleh peserta. Konsep dan penerapan digital marketing merupakan hal yang dilakukan untuk meningkatkan penjualan produk sebuah brand atau merek. Digital marketing sangat penting untuk diterapkan dalam usaha memasarkan dan menjual produk, karena kemajuan perkembangan teknologi yang menghasilkan kecenderungan (trend) bisnis semakin bervariasi. Konsep digital marketing dengan melihat beberapa aspek seperti analisis mengenai lokasi usaha, luas produksi, proses produksi, modal, SDM, penggunaan teknologi (mesin/peralatan) dan pemanfaatan media sosial dalam proses pemasaran.

6.2 Saran

Saran yang diberikan yaitu diharapkan adanya Pendampingan melalui penyuluhan ini perlu dilakukan secara berkelanjutan, Peningkatan jumlah peserta dan implementasi pengetahuan atau kompetensi yang diberikan sehingga dapat memberikan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan, bagi TIM PKM agar lebih efektif dan inovatif lagi dalam menjalankan unit-unit usaha lain dengan memberi penyuluhan kepada warga binaannya agar dapat meningkatkan kualitas sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum. Bandung: Alfabeta Kasmir.
2014. Kewirausahaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Sunarmintyastuti, L., Suprpto, H. A.,
Sandiar, L., Leksono, A. W., & Widiyarto, S. (2020)

LAMPIRAN I BIODATA KETUA DAN ANGGOTA

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Noer Rafikah Zulyanti, S Sos., M.M
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	3524225609780001
5	NIDN	0716097801
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 16 september 1978
7	E-mail	rafikahalie@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	081230030999
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1
12	Mata Kuliah yang Diampu	-

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Brawijaya	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Bidang Ilmu	Administrasi Niaga	Magister Administrasi Bisnis
Tahun Lulus	2001	2013

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 15 September 2021

Ketua



Noer Rafikah Zulyanti, S Sos., M.M
NIDN 0716097801

A. Identitas Diri Anggota I

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Suryani Yuli Astuti, SE.,MM
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4	NIP/NIK	19760709200508011
5	NIDN	0709077601
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Lamongan, 9 Juli 1976
7	E-mail	9suryani1976.ya@gmail.com
8	Nomor Telepon HP	-
9	Alamat Kantor	Jl. Raya Plalangan Plosowahyu KM 2
10	Nomor Telepon/Fax	(0322)322356
11	Lulusan yang telah dihasilkan	S-1
12	Mata Kuliah yang Diampu	-


B. Riwayat Pendidikan Perguruan Tinggi

	S-1	S-2
Nama Perguruan Tinggi	STIE KH. Ahmad Dahlan Lamongan	STIE ABI Surabaya
Bidang Ilmu	Akuntansi	Magister Manajemen
Tahun Masuk-Lulus	2008	2010

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 15 September 2021

Anggota Pengusul


(Suryani Yuli Astuti, S Ak., M.M)

A. Identitas diri anggota 2

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Feby Ayu Putri
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIM	1901020020
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 15 September 2021

Anggota Pengusul



(Feby Ayu Putri)

A. Identitas diri anggota 3

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Fatma Widyati
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	NIM	1901020019
4	Instansi	Universitas Muhammadiyah Lamongan

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidak-sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan pengajuan Penugasan Program Kemitraan Masyarakat.

Lamongan, 15 September 2021

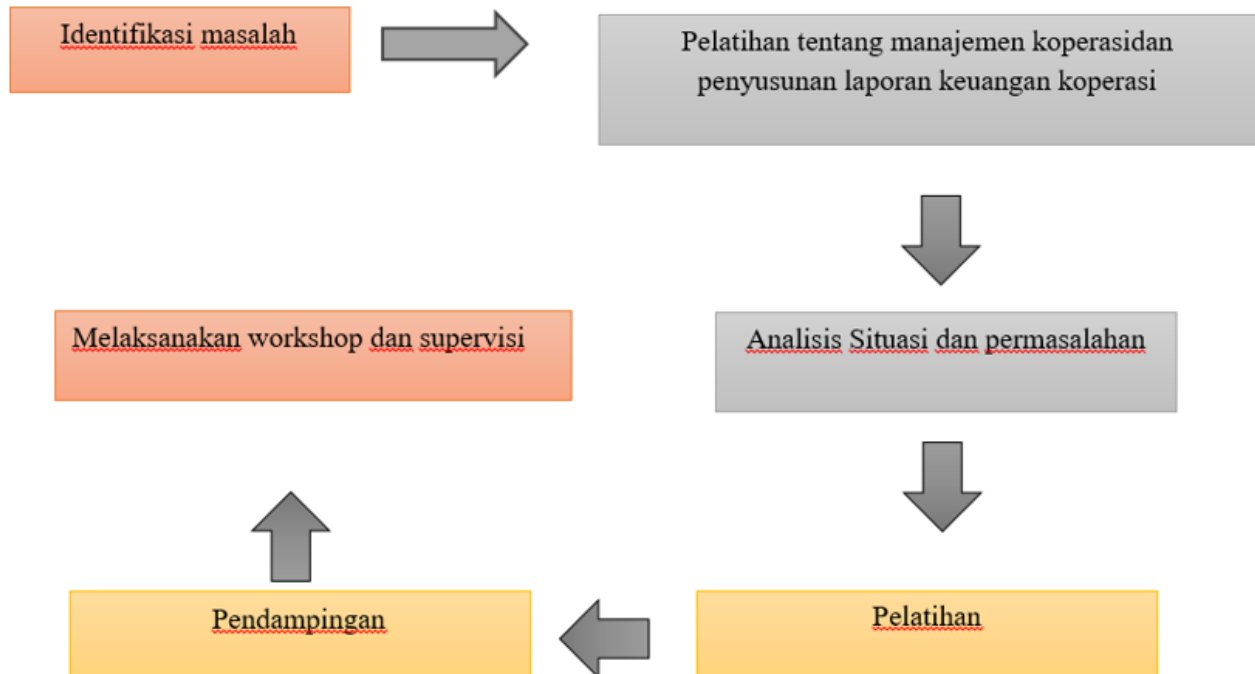
Anggota Pengusul



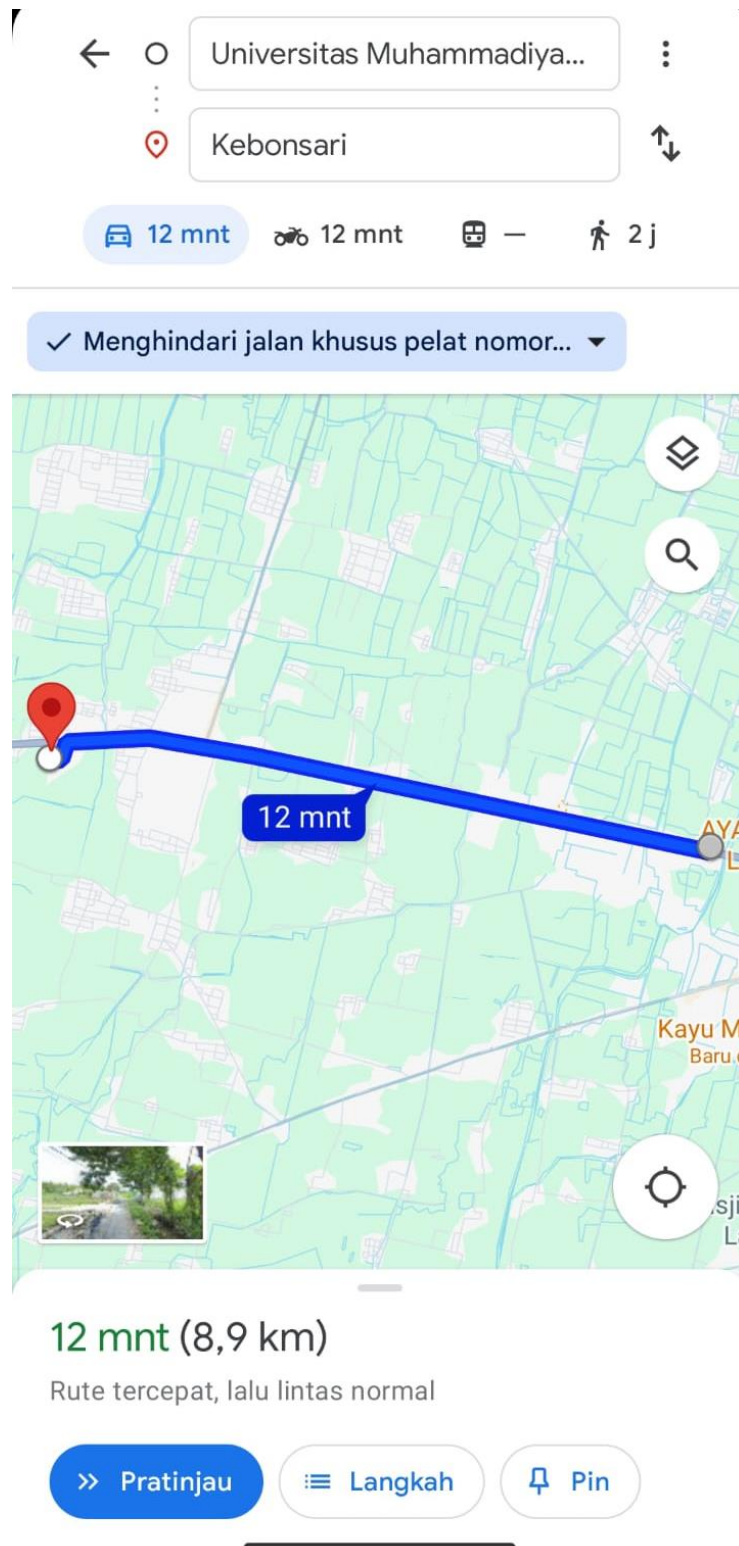
(Fatma Widyati)

LAMPIRAN 2 GAMBAR METODE PELAKSANAAN

Tahap tahap pelaksanaan |



LAMPIRAN 3. PETA LOKASI



LAMPIRAN 5 JUSTIFIKASI ANGGARAN

1. Honoarium				
Honor	Honor Per Jam (Rp)	Waktu (Jam/Minggu)	Minggu	Honor Tahun (RP)
				Tahun Sekarang
Pelaksana 1				50.000
Pelaksana 2				50.000
Pelaksana 3				50.000
Pelaksana 4				50.000
Sub Total (Rp)				Rp 200.000
2. Pembelian Bahan Habis Pakai				
Material	Justifikasi Pembelian	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Harga Peralatan Penunjang (RP)
				Tahun Sekarang
Bahan Habis Pakai 1 (survey)	makan	4	20.000	80.000
Bahan Habis Pakai 2 (pelaksana)	Snack	15	20.000	300.000
Bahan Habis Pakai	Air mineral	1 dus	25.000	25.000
	Totebag	15	10.000	150.000
Sub Total (Rp)				Rp 555.000
3. Perjalanan				
Honor	Justifikasi Perjalanan	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya Tahun (Rp)
				Tahun Sekarang
Perjalanan 1	Survey	4	50.000	200.000
Perjalanan 2	Pelaksana	4	50.000	200.000
Sub Total (Rp)				Rp 400.000
4. Upload Jurnal				
Honor	Justifikasi Sewa (Rp)	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya Tahun (Rp)
				Tahun Sekarang
Upload				695.000
Sewa 2				
Sewa 3				
Sub Total (Rp)				Rp 695.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIGUNAKAN SETIAP TAHUN (Rp)				1.850.000
TOTAL ANGGARAN YANG DIGUNAKAN SELURUHNYA (Rp)				1.850.000

[illegible]

Lampiran 7. Dokumentasi

